

**Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Jasa  
Pantai Karang Jahe Beach Rembang Jawa Tengah**



**Diajukan Oleh :**

**Irfanus Prasetyo Wibowo**

**(B100120396)**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca dengan judul :

PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN JASA PANTAI KARANG JAHE BEACH REMBANG JAWA  
TENGAH

yang ditulis oleh :

**Irfanus Prasetyo Wibowo**

**B100120396**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi tersebut telah diterima dan dapat disahkan  
sebagai syarat kelulusan gelar sarjana ekonomi jurusan Manajemen pada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Surakarta, 11 Agustus 2018

Pembimbing,



**Drs. Wiyadi, SE, M.Si., Ph.D**

**NIK.338**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



**Drs. Syamsudin, M.M**

**NIK.19570217 1986 031 001**





**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102**

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : **Irfanus Prasetyo Wibowo**

Nim : **B100120396**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul : **PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PANTAI KARANG JAHE  
BEACH REMBANG JAWA TENGAH**

Menyatakan dengan sebenar benarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan – kutipan dan ringkasan – ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 11 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan

**(Irfanus Prasetyo Wibowo)**

## **MOTTO**

Hidup adalah narasi sejarah,  
maka tuliskanlah sejarah terbaikmu

## **PERSEMBAHAN**

Karya Ini saya persembahkan untuk :

- Orang tua tercinta saya yang selalu mendoakan kesuksesan saya dalam setiap langkah.
- Kakak saya yang telah membantu financial saya selama kuliah.
- Saudara yang selalu membantu saya dalam hal apapun.
- Temen – teman seperjuangan saat kuliah dan selalu menghiasi narasi hidup saya menjadi lebih hidup.
- Masyarakat kabupaten Rembang khususnya masyarakat dan pengelola Pantai Karang Jahe Beach Rembang.

## KATA PENGANTAR

Dengan kerendahan hati penulis mengucapkan syukur kepada Allah S.W.T yang telah mewahyukan Islam sebagai ajaran yang haq lagi sempurna untuk mengatur umat manusia sesuai dengan fitrah kemanusiaanya. Sebagai manusia yang tidak sempurna atas rahmat dan hidayahNya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul *“Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Jasa di Pantai Karang Jahe Beach Rembang Jawa Tengah”*.

Proses perjalanan panjang telah penulis lalui dalam menyelesaikan tugas akhir ini. semoga ini menjadi salah satu perjalanan yang berarti bagi penulis. Terima kasih penulis limpahkan kepada :

1. Bapak dan Ibu yang mensuport penulis dan memberikan dorongan moral dan financial sehingga penulis ampu menyelesaikan tanggung jawab sebagai mahasiswa.
2. Dosen Pembimbing Bapak Wiyadi , yang senantiasa memberikan arahan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi.
3. Kakanda, Yunda & Adinda HMI (Himpunan Mahasiswa Islam), khususnya untuk Dini Arfiani, Dzikrina Aqsha Mahardika, Feni Adhitia, Aisa, Mahdalina, Tohar, Huda, Amir, Yogi, Venus, Dadang, Azhari, Yusuf, Atok, Gunawan, dan temen – temen HMI Cabang lainnya, dan kakanda yang telah menuntun saya kejalan yang benar, Hamda Wijaya, Husni Mubarak, Roseno Hendradmojo, Komarudin, Ary Dwi Rahmanto, Joko P, Rahutomo, serta adinda – adinda HMI, Rahman, Amin, Kholis, Zahroh, Luthfi, Ragil, Soraya, Fitri, Pipit, Aldi, Dariana, Galih, Abi, Ismi, Hanung, Yusuf, dan adinda – adinda yang lain semoga tetap semangat dalam berproses di HMI.
4. Adek sepupu saya yeni yang membantu saya dalam merampungkan skripsi ini.
5. Teman – teman LPM Balans UMS, organisasi pertama yang menuntun saya menuju pintu gerbang jalan seorang aktifis kampus.

6. Teman – teman Unit Seni dan Film UMS yang mengajarkan kepada saya betapa pentingnya arti suatu proses dalam kehidupan kita.
7. Teman – Teman DPM UMS yang telah menjadi bagian dari rekan politik saat menjadi aktifis mahasiswa.
8. Teman – teman Forum Rembang Surakarta yang memberikan spirit lokal wisdom dalam kehidupan.
9. Teman – teman Hipmi PT yang banyak menyumbang ide dalam dunia bisnis.
10. Teman – teman JCI Solo om zein, om pulung, om bayu, om gery, mb. Rina, upik, nida, hudi, jodi, nadia, wisnu, dan teman – teman yang lain yang membuat kehidupan saya semakin berwarna, serta teman
11. Serta perempuan yang berada di Tiongkok dan selalu menabahkan hatinya untuk menyemangati supaya segera menyelesaikan Skripsi.
12. Serta sahabat – sahabat Rembang , Samudra, Bowo, Dila, Mila, Lina yang selalu ada saat saya di Rembang.
13. Serta teman – teman yang lain yang tentunya tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Namun demikian penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini mungkin masih jauh daripada cukup untuk menjadi karya yang sangat ideal. Penulis berharap skripsi ini bisa bermanfaat dalam keberlangsungan kehidupan keilmuan yang ada di kampus. Aamiin.

Surakarta 31, Juli 2018

**Penulis**

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xiii
ABSTRAKS .....	xiv
 BAB I     PENDAHULUAN .....	 1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	6
 BAB II     TINJAUAN PUSAKA .....	 7
A. Tinjauan Teori .....	7
1. Perilaku Konsumen .....	7
a. Perspektif Pengambilan Keputusan .....	7
b. Perspektif Eksperensial (Pengalaman) .....	7
c. Perspektif Pengaruh Behavioral .....	7
2. Keputusan Pembelian .....	8



a. Faktor Keputusan Pembelian .....	8
b. Tahapan Keputusan Pembelian .....	11
3. Pemasaran Pariwisata .....	13
a. Pengetian Pariwisata .....	13
b. Jenis Pariwisata .....	13
4. Bauran Pemasaran .....	14
5. Produk .....	15
a. Pengertian Produk .....	15
b. Karakteristik Produk Jasa .....	17
c. Tingkatan Produk .....	18
d. Konsep Total Produk .....	18
e. Bauran Pemasaran Produk .....	19
f. Strategi Produk .....	20
6. Harga .....	22
a. Pengertian Harga .....	22
b. Peran & Fungsi Harga .....	23
c. Faktior Yang Mempengaruhi Harga .....	24
d. Strategi Penetapan Harga .....	24
7. Lokasi/Distribusi .....	26
a. Pengertian lokasi/Distribusi .....	26
b. Faktor Lokasi /Distribusi .....	27
c. Strategi Distribusi Jasa .....	28
8. Promosi .....	29
a. Pengertian Promosi .....	29
b. Fungsi Promosi .....	29
9. Orang .....	30
a. Pengertian Orang .....	30
b. Peran/Fungsi Orang .....	30
c. Pengelolaan Orang .....	31
d. Strategi Optimalisasi Orang .....	32
10. Proses .....	33

a.	Pengertian Proses .....	33
b.	Jenis Proses .....	34
c.	Strategi Proses .....	35
11.	Bukti Fisik .....	35
a.	Pengertian Bukti Fisik .....	35
b.	Jenis Bukti Fisik .....	36
c.	Fungsi Bukti Fisik .....	37
B.	Tinjauan Penelitian Sebelumnya .....	37
C.	Hipotesis .....	39
BAB III	METODE PENELITIAN .....	47
A.	Jenis Penelitian .....	47
B.	Data dan Sumber Data .....	47
C.	Metode Pengumpulan Data .....	47
D.	Populasi dan Sampel .....	48
1.	Populasi .....	48
2.	Sampel .....	49
E.	Teknik Pengambilan Sampel .....	49
F.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	50
1.	Variabel Independen (Variabel Eksogen).....	50
a.	Produk .....	50
b.	Harga .....	51
c.	Lokasi/Distribusi .....	51
d.	Promosi .....	52
e.	Orang .....	52
f.	Proses .....	53
g.	Bukti Fisik .....	54
2.	Variabel Dependen (Variabel Indogen).....	54
a.	Keputusan Pembelian .....	54
G.	Metode Analisis Data .....	55
1.	Uji Instrumen .....	55

a. Uji Validitas .....	55
b. Uji Reliabilitas .....	56
2. Analisis Regresi Berganda .....	57
a. Koefisien Determinasi .....	57
b. Uji F (Uji Ketepatan Model) .....	57
c. Uji t atau Uji Ketepatan Parameter Penduga (Uji Hipotesis) .....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
A. Diskripsi Obyek Penelitian .....	59
B. Karakteristik Responden .....	60
1. Analisis Diskripsi .....	60
2. Driskripsi Responden .....	61
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	61
b. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	61
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Status pekerjaan .....	62
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	63
C. Analisis Data .....	63
1. Statistik Diskriptif .....	63
2. Hasil Uji Kualitas Data .....	66
a. Uji Validitas .....	66
b. Reliabilitas .....	70
3. Hasil Uji Hipotesis .....	72
a. Regresi Linier Berganda .....	72
b. Uji F .....	74
c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	75
d. Uji t .....	75
D. Pembahasan .....	77

1. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan pembelian .....	77
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian .....	78
3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian .....	78
4. Pengaruh Promosi Terhadap keputusan pembelian .....	79
5. Pengaruh Orang Terhadap Keputusan Pembelian .....	79
6. Pengaruh Proses Terhadap Keputusan pembelian .....	80
7. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Keputusan pembelian ..	80
 BAB V     PENUTUP.....	82
A. Simpulan .....	82
B. Keterbatasan Penelitian .....	83
C. Saran .....	83
1. Bagi Pengelola .....	83
2. Bagi Penelitian selanjutnya .....	84

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL IV. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	61
TABEL IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
TABEL IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	62
TABEL IV. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan ..	63
TABEL IV. 5 Statistik Diskriptif .....	64
TABEL IV. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Produk .....	67
TABEL IV. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	67
TABEL IV. 8 7 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi .....	68
TABEL IV. 9 7 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi .....	68
TABEL IV. 10 7 Hasil Uji Validitas Variabel Orang .....	69
TABEL IV. 11 7 Hasil Uji Validitas Variabel Proses .....	69
TABEL IV. 12 7 Hasil Uji Validitas Variabel Bukti Fisik .....	70
TABEL IV. 13 7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	70
TABEL IV. 14 Hasil Uji Reliabilitas .....	71
TABEL IV. 15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	72

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, bukti fisik terhadap keputusan pembelian jasa pantai Karang Jahe Beach Rembang Jawa Tengah. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*. Populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah pengunjung pantai Karang Jahe Beach Rembang. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier berganda, uji F, koefisien determinasi ( $\text{Adjusted } R^2$ ), dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran jasa secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil Uji koefisien determinasi menunjukkan keputusan pembeli dapat dijelaskan oleh produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, bukti fisik sebesar 74,4%. Hasil uji t menunjukkan produk, dan promosi berpengaruh positif sedangkan harga, lokasi, orang, proses, bukti fisik tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa di pantai Karang Jahe Beach Rembang.

**Kata kunci:** Pemasaran Jasa, Pemasaran Pariwisata, Keputusan Pembelian, Bauran Pemasaran Jasa, Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Orang, Proses, Bukti Fisik

### Abstract

This study aims to marketing mix service of objects that include products, locations, promotions, people, processes, physical evidence customer decision making of Karang Jahe Beach Rembang, Central Java. This research is quantitative. Research sampling method is convenience sampling. The population and samples used in this study were the visitors of Karang Jahe Beach Rembang, Central Java. In this study using the instrument of validity analysis, reliability test, multiple linear regression, F test, coefficient of determination ( $\text{Adjusted } R^2$ ), and t test. The results show that effect positively the marketing mix service to customer decision making. The result of determination coefficient test of customer decision making can be expressed by product, price, location, promotion, person, process, physical evidence to 74,4%. The results of the t test show positive effect product, and promotion beside that price, location, person, process, physical evidence have no effect on customer decision making at Karang Jahe Beach Beach Rembang, Central Java.

**Keywords:** Service Marketing, Tourism Marketing, Customer Decision Making, Marketing Service Mix, Product, Price, Location, Promotion, People, Process, Physical Evidence.